



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/57682

14/07/2021

142280

AUTOR/A: LAMUÀ ESTAÑOL, Marc (GS); MEIJÓN COUSELO, Guillermo Antonio (GS)

RESPUESTA:

En relación con la pregunta de referencia, cabe informar a Sus Señorías que los Presupuestos Generales del Estado para el 2021 prevén, por primera vez, una subvención nominativa de 50.000 euros a la Asociación “Spain Film Commission”.

La Asociación Española de Comisionados de Filmaciones de Cine y Televisión (Spain Film Commission) es una Asociación sin ánimo de lucro, miembro fundador e integrante de la Junta Directiva de la European Film Commission Network (EUFCN), que engloba a las comisiones de Europa y socia de la Association of Film Commissioners International (AFCI), que agrupa a la red mundial, teniendo entre sus objetivos estatutarios representar, promover, coordinar y cooperar con las instituciones públicas o privadas en la promoción de cualquiera de las fases del proceso de rodaje al constituir éste un recurso turístico de gran reclamo.

Para ello, es de especial importancia:

- Crear canales permanentes de colaboración entre la industria de contenidos y entretenimiento de los diferentes países y la industria audiovisual española.
- Visibilizar en otros países el potencial de España como destino de rodajes extranjeros.
- Visibilizar en España, esencialmente en las industrias auxiliares y derivadas de los rodajes, esencialmente la del turismo, el potencial de los rodajes como fuente de actividad, negocio y empleo.
- Facilitar un foro de captación de proyectos audiovisuales para desarrollar en España a corto y medio plazo.



En el año 2019, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo firmó un Convenio con la “Spain Film Commission” a través del cual participaba en la financiación del “I Encuentro Shooting in Spain” celebrado en Los Angeles. La subvención en 2021 a la “Spain Film Commission” tiene por objeto fomentar el turismo cinematográfico en el país.

Que España sea un lugar de referencia para el desarrollo de rodajes cinematográficos tiene un efecto económico directo en la industria cinematográfica española e indirecto en las industrias o actividades conexas. Desde el punto de vista turístico tienen efecto positivo sobre todo aquellas películas que muestran nuestros atractivos turísticos materiales o inmateriales y que los asocian a los atributos que deseamos para la marca de España como destino turístico, lo cual no se produce en todas las películas. Por ello, la misión de Turespaña, dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, debe ser captar aquellas películas que puedan cumplir esa función.

Cabe informar que Turespaña, a través de sus consejerías en el exterior, colabora con el ICEX y las Ofcome, así como con la “Spain Film Commission” (o sus asociados locales), para la captación de películas de interés turístico y, en todo caso, para derivar a estas entidades los proyectos de películas que lleguen a su conocimiento, aunque no tengan valor promocional turístico.

En el año 2019 las consejerías realizaron un total de cinco acciones para este producto y en el año 2020 fueron nueve acciones.

Por otro lado, hay que señalar que el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y el co-CEO de Netflix firmaron el pasado 29 de junio un acuerdo para utilizar las series y películas grabadas en España como un recurso turístico que ayude a la recuperación del sector tras la fuerte caída de la demanda internacional derivada de la crisis sanitaria de la Covid.

Algunas de las nuevas producciones previstas en España son la serie “Jaguar” en Almería; “Feria” en Barcelona, Cádiz y Huelva; “Tú no eres especial” en Navarra; “Intimidad” en Bilbao y “Bienvenidos a Edén” en Lanzarote y Barcelona. También películas como “Fuimos Canciones” o “Las niñas de cristal” en Madrid; “La Bestia” en Teruel, “Centaurio” en diferentes localizaciones de Cataluña y Aragón o “A través de mi ventana” en Barcelona.

Asimismo, el Gobierno apuesta por construir un turismo de más calidad, desestacionalizado y vertebrador del territorio que permita añadir al “sol y playa” otros productos turísticos atractivos y que sumen valor al sector. Es necesario trabajar y colaborar para diversificar la oferta turística y atraer turistas de mayor gasto que buscan





experiencias únicas y el turismo de rodajes puede ser un atractivo turístico con gran crecimiento en los próximos años.

La colaboración entre Netflix y Turespaña fortalece el vínculo entre la producción audiovisual en España y el turismo. Esta unión tiene como objetivo crear sinergias y contribuir a la recuperación del país, reforzando la marca turística España y ampliando el conocimiento de la riqueza y diversidad cultural de nuestro país.

Hay que orientar la promoción y el marketing turístico allí donde están los consumidores y a aquellas plataformas y canales que modulan la opinión de los consumidores, en nuestro caso de los viajeros.

Asimismo, Netflix permite conectar a los creadores españoles con las audiencias globales. El estudio Impacto de los Servicios Internacionales de Entretenimiento en la Afinidad Cultural y el Turismo, realizado por la plataforma de entretenimiento, refleja que el consumo de contenido español aumenta el interés y la afinidad hacia muchos elementos de la cultura ofreciendo un gran potencial para incrementar el turismo en el país.

Finalmente, se informa que Netflix ha lanzado un vídeo promocional en redes sociales, dentro de su acuerdo con Turespaña, mostrando los rincones más icónicos de la geografía, la cultura y el estilo de vida español a través de fragmentos de las películas y series de esta plataforma. Bajo el título “¿Cómo dirías que es España sin decirlo?”, el vídeo expresa que “España es sobremesa hasta la cena, verbenas, siglos de historia, playa todo el año, aunque el agua esté helada. Es la sensación de que no te has montado una película porque aquí la vida es así, por eso nuestras historias conectan con todo el mundo”.

Madrid, 01 de septiembre de 2021